

重要性と影響力を増す プライバシー

シスコ 2023 データ プライバシー ベンチマーク調査



目次

はじめに	03
主な調査結果	03
調査方法	03
調査結果	
1: プライバシーの経済性と重要性は依然として高い	04
2: プライバシーは組織での役割と責任に組み入れられている	09
3: データと信頼に対する見解が組織と消費者で食い違っている	14
4: データローカリゼーションが望ましいが、ローカルプロバイダーより グローバルプロバイダーの方が安全だと考えられている	18
まとめと推奨事項	20
お客様の信頼基準に応える	20
付録	21
サイバーセキュリティ レポート シリーズについて	22

はじめに

世界中の組織にとって、また組織がサービスを提供する相手にとって、プライバシーの重要性は増し続けています。データプライバシーは、ビジネスの優先事項とプロセスへの組み入れ、経済的価値、および経営幹部と取締役会への報告に表れているように、組織にとって引き続き極めて重要であり、魅力的な投資対象であることに変わりはありません。しかし、個人データの使用については、組織と消費者の優先事項は完全には一致していません。特に、人工知能 (AI) や自動化を使用して個人に影響を与える意思決定を行う場合にはそれが顕著です。このレポートは、組織の主要なプライバシー問題に関する 6 回目の年次評価であり、世界での組織に対するプライバシーの影響を調査しています。

調査方法

この調査のデータは、シスコセキュリティ成果調査から得られたものです。シスコセキュリティ成果調査では、回答者は調査者に対して匿名であり、調査の実施者については知らされていません。昨年までと同じ調査方法を使用して、2022 年の夏に 26 の地域¹ の 4,700 人を超えるセキュリティプロフェッショナルから回答を得ました。調査の回答者は、主要な業界のさまざまな規模の企業から選ばれています (付録を参照)。この調査では、所属する組織でのデータ プライバシー プログラムに精通していると答えた 3,100 人を超える回答者に、プライバシーに特化した質問を行いました。また、このレポートには、シスコ 2022 コンシューマプライバシー調査 (2022 年夏に 12 の地域で実施、成人 2,600 人が回答)² の関連する調査結果も含まれています。

¹ オーストラリア、ブラジル、カナダ、チリ、中国、コロンビア、フランス、ドイツ、香港、インド、インドネシア、イタリア、日本、マレーシア、メキシコ、フィリピン、サウジアラビア、シンガポール、韓国、スペイン、台湾、タイ、オランダ、英国、米国、ベトナム。

² シスコ 2022 コンシューマプライバシー調査 : https://www.cisco.com/c/dam/en_us/about/doing_business/trust-center/docs/cisco-consumer-privacy-survey-2022.pdf

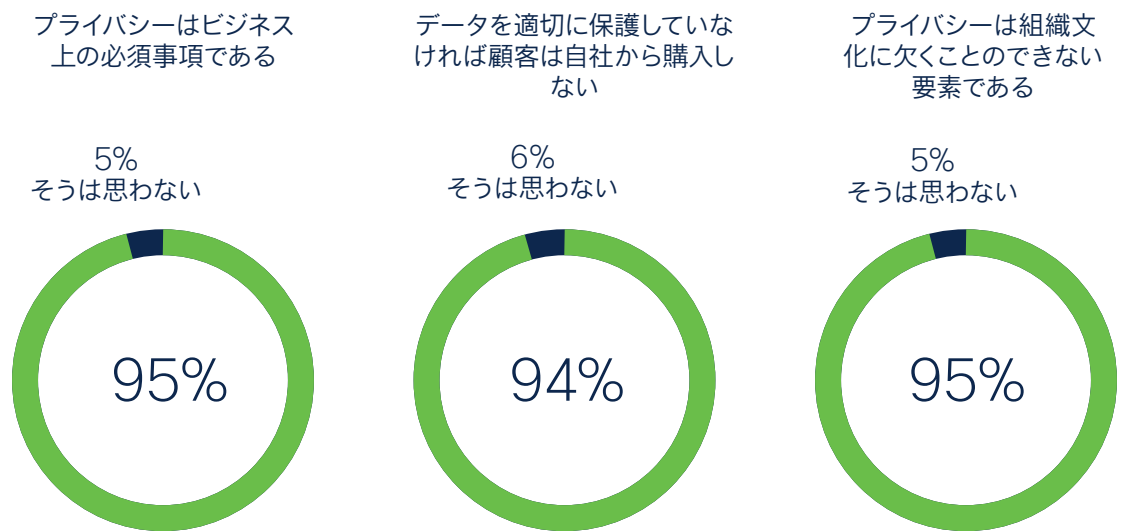
主な調査結果

1. 厳しい経済状況下にあっても、世界中の組織にとってプライバシーは依然として魅力的な投資対象であり、メリットの平均評価額はおしなべて増加し、投資額の 1.8 倍のメリットが得られています。
2. ほぼすべての組織がプライバシーを優先事項とプロセスに組み入れており、回答者の 98% がプライバシー関連の指標を取締役に報告しています。また、95% が「すべての従業員」がデータプライバシーを保護する方法を知る必要があると答えています。
3. 信頼の構築ということになると、組織と消費者の見解は完全には一致していません。特に、AI や自動化された意思決定のために個人データを使用することに関してはそれが顕著です。
4. 組織は、大規模に事業を展開するグローバルプロバイダーの方が、ローカルプロバイダーよりもデータを適切に保護できると考えています。

1: プライバシーの経済性と重要性は依然として高い

2022 年も引き続き、世界中の組織にとってプライバシーは重要なビジネス推進要因であり、調査回答者の大多数がプライバシーの価値と重要性を認めています。プライバシーはビジネス上の必須事項であるとの回答が 95% で、昨年の 90% から増加しています。94% が、データを適切に保護していなければ顧客は自社から購入しないと回答し (昨年の 90% から増加)、プライバシーは組織文化に欠くことのできない要素であるとの回答も 95% に上っています (92% から増加)。図 1 を参照してください。

図 1: 組織にとってのプライバシーの重要性



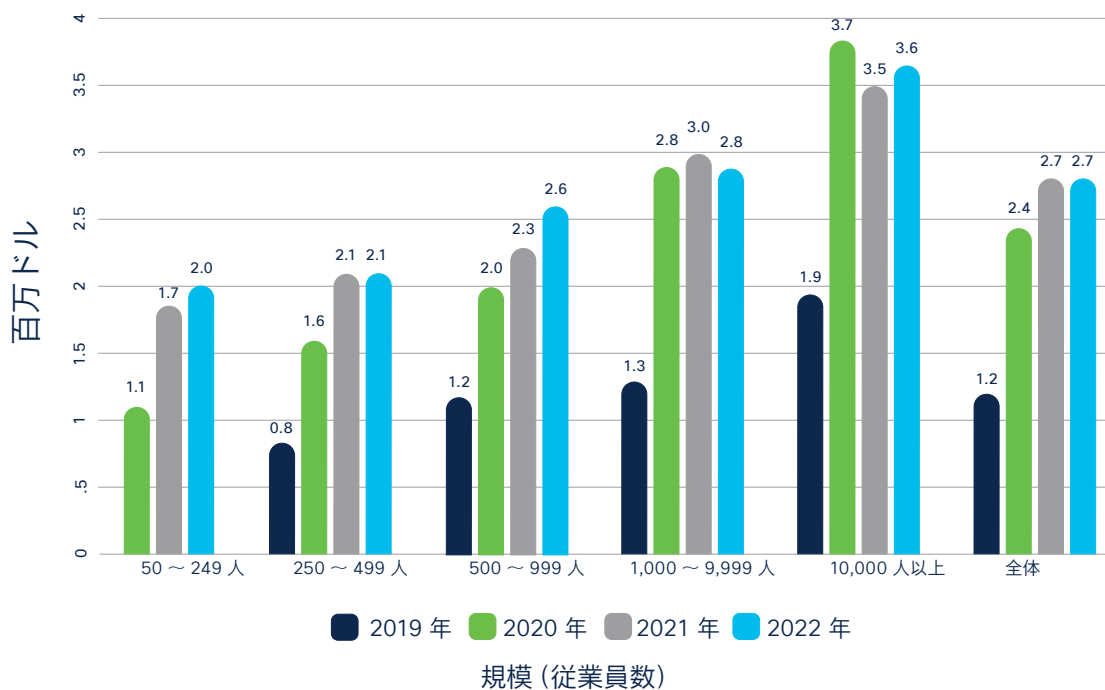
出典: シスコ 2023 データ プライバシー ベンチマーク調査

「プライバシーに対する組織のアプローチは、コンプライアンス以上に大きな影響を及ぼします。プライバシーへの投資は、販売面、セキュリティ面、業務面、そして何より重要な信頼面でビジネス価値を高めます」

Dev Stahlkopf、シスコ エグゼクティブ
バイスプレジデント兼最高法務責任者

2022 年の厳しい経済環境にもかかわらず、プライバシーへの支出は減少せず、組織によっては増加しました。平均支出は 270 万ドルで、わずか 3 年前の 120 万ドルから大幅に増加しています。2021 年から 2022 年にかけて最も大きく伸びたのは小規模な組織です。従業員 50 ～ 249 人の組織の支出は 170 万ドルから 200 万ドルに増加し、17% 以上の伸びを見せました。従業員が 500 ～ 999 人の組織の支出は 230 万ドルから 13% 以上増えて 260 万ドルとなっています。大規模な組織の支出は 2019 年から 2020 年にかけて急激に増加した後、比較的横ばいで推移しています。図 2 を参照してください。

図 2：プライバシーに関する支出
(2019 ～ 2022 年、組織の規模別)

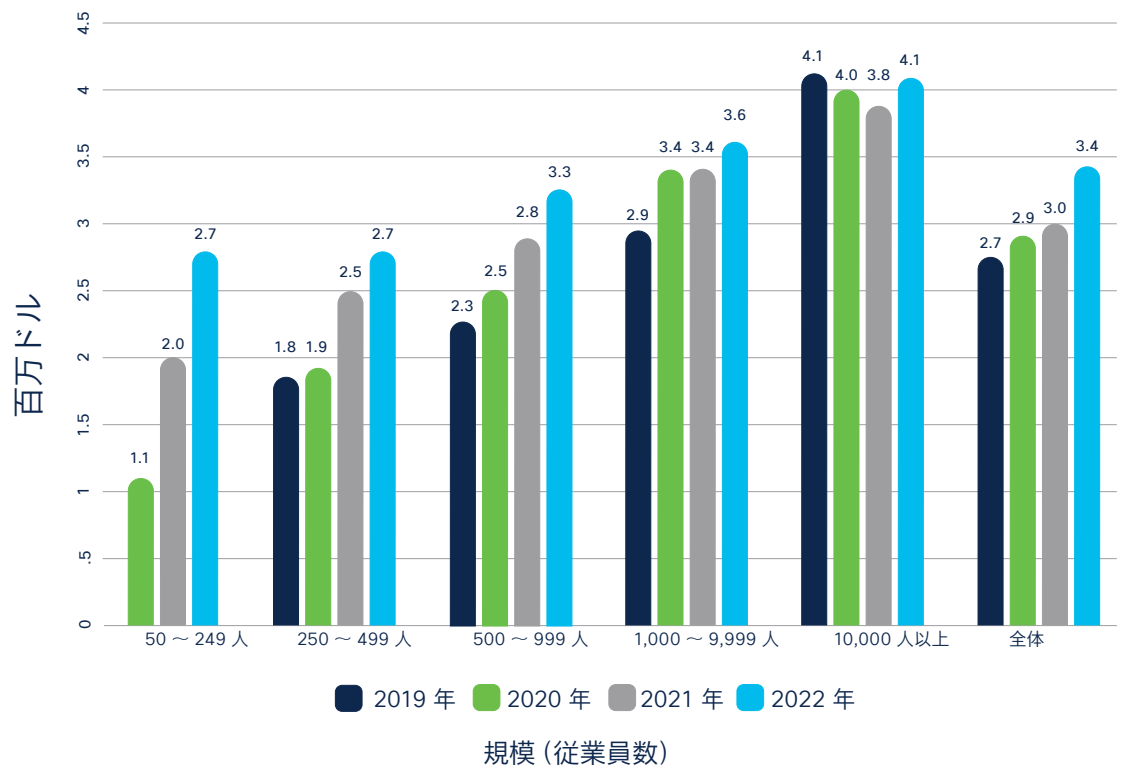


注：50 ～ 249 人のカテゴリは 2020 年から開始

出典：シスコ 2023 データ プライバシー ベンチマーク調査

支出と同時に、プライバシーに関するメリットの評価額も、今年は大幅に上昇しました。平均評価額は昨年の 300 万ドルから 340 万ドルへと 13% 以上の伸びを見せており、さまざまな規模の組織で大幅に増加しています。従業員が 50 ～ 249 人の組織の評価額は 200 万ドルから 35% 増の 270 万ドル、従業員が 500 ～ 999 人の組織では 280 万ドルから 18% 増の 330 万ドルとなっています。図 3 に示すとおり、1,000 ～ 9,999 人の従業員や、10,000 人以上の従業員を抱える大規模な組織での評価額も、それぞれ 6% と 8% 増加しました。

図 3 : プライバシーに関するメリットの評価額 (2019 年～ 2022 年、組織の規模別)

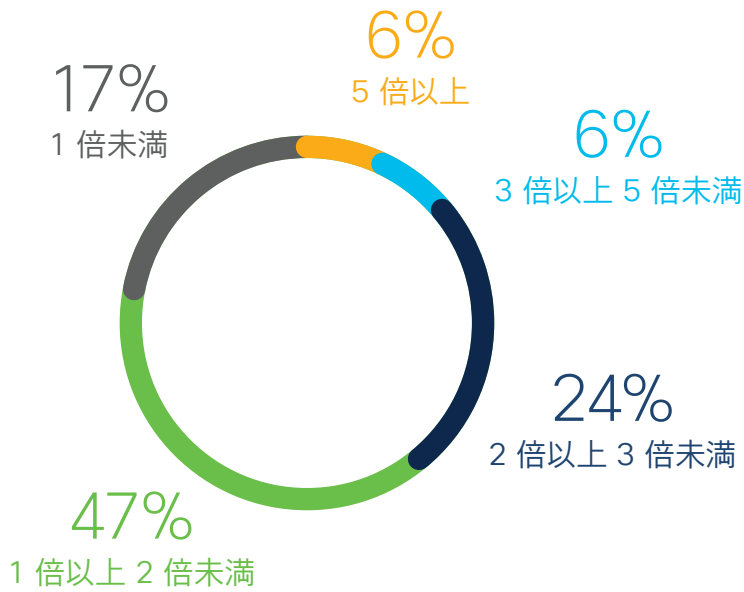


注: 50 ～ 249 人のカテゴリは 2020 年から開始

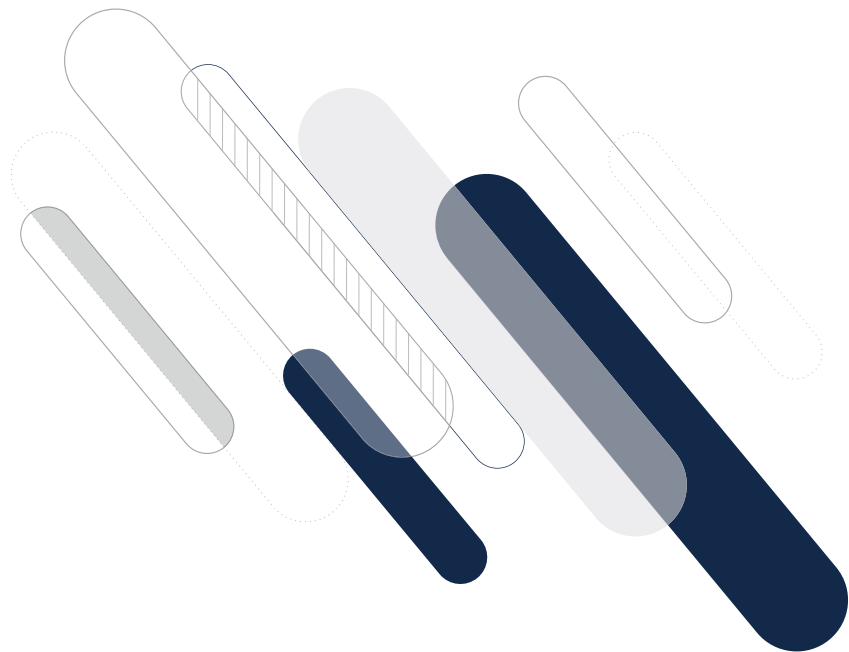
出典: シスコ 2023 データ プライバシー ベンチマーク調査

支出とメリットの評価額から見えてくるのは、ほとんどの組織にとってプライバシーは依然として非常に魅力的な財務的投資であるということです。昨年の調査と同様に、平均的な組織におけるメリットの評価額は支出の 1.8 倍です。少なくとも支出の 2 倍のメリットを得ている組織が 36% で (昨年の 32% から増加)、多くの組織は投資の 3 ~ 5 倍以上のメリットを実現しています。図 4 を参照してください。

図 4 : メリットが投資の何倍かの割合



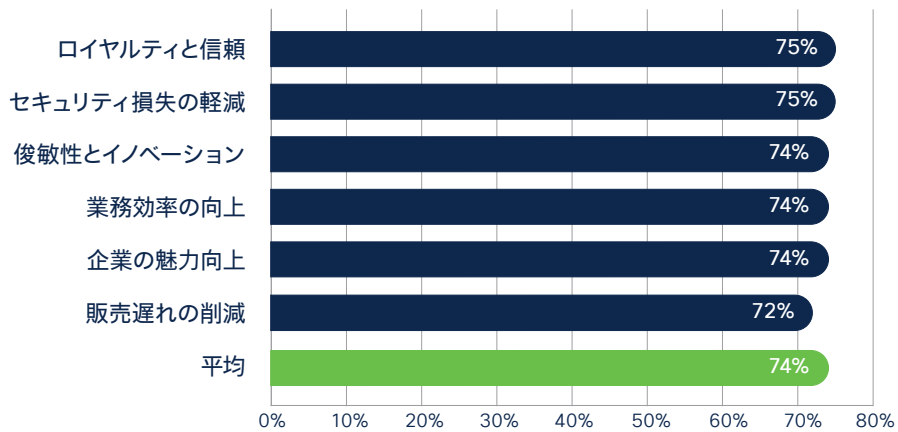
出典 : シスコ 2023 データ プライバシー ベンチマーク調査



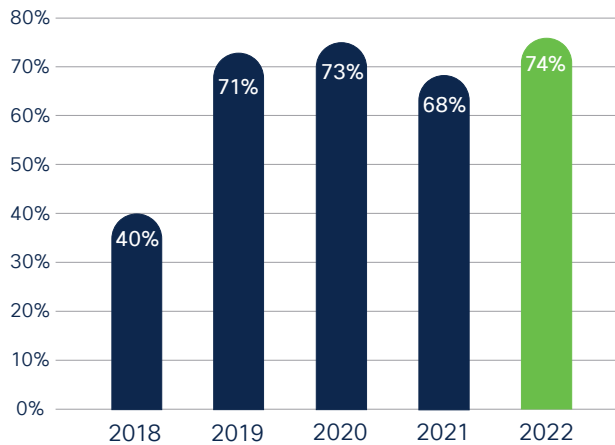
プライバシーからメリットが得られる可能性のある具体的な分野（販売遅れの削減、データ漏洩から生じる損失の軽減、イノベーションの実現、業務効率の向上、顧客との信頼関係の構築、企業の魅力向上）について、回答者に引き続き質問しています。各分野において、今年は70%以上が「大きなメリットがある」または「非常に大きなメリットがある」と回答しました。6つの分野の平均は74%で、2018年の初回の調査の平均40%から大幅に増加しています。昨年と比較すると6%増です。図5を参照してください。

図5：組織はプライバシーへの投資がもたらすビジネス上のメリットを認識

「大きなメリットがある」と回答された割合（2022年、分野別）



平均（2018～2022年）



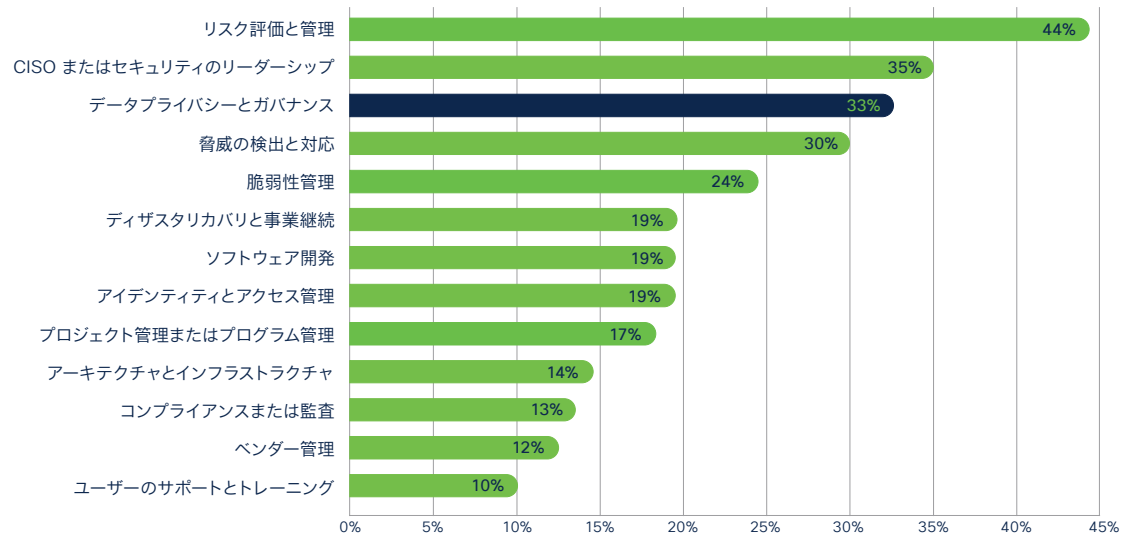
出典：シスコ 2023 データ プライバシー ベンチマーク調査

2：プライバシーは組織での役割と責任に組み入れられている

プライバシーがビジネス上の重要な優先事項であるため、個人データを保護する上では組織内の全員が重要な役割を果たしていると考える組織が増えています。今年の調査では、回答者の95%が「すべての従業員」がデータプライバシーを保護する方法を知る必要があると回答しました。

さらに、データの安全確保に直接責任を持つ担当者にとって、プライバシーに関するスキルは特に重要です。調査に回答したセキュリティ専門家に、自分に責任がある上位3つの分野について尋ねました。回答者の3分の1(33%)が「データプライバシーとガバナンス」を選択し、「リスク評価と管理」(44%)、「CISO またはセキュリティのリーダーシップ」(35%)に次ぐ順位となりました。図6を参照してください。

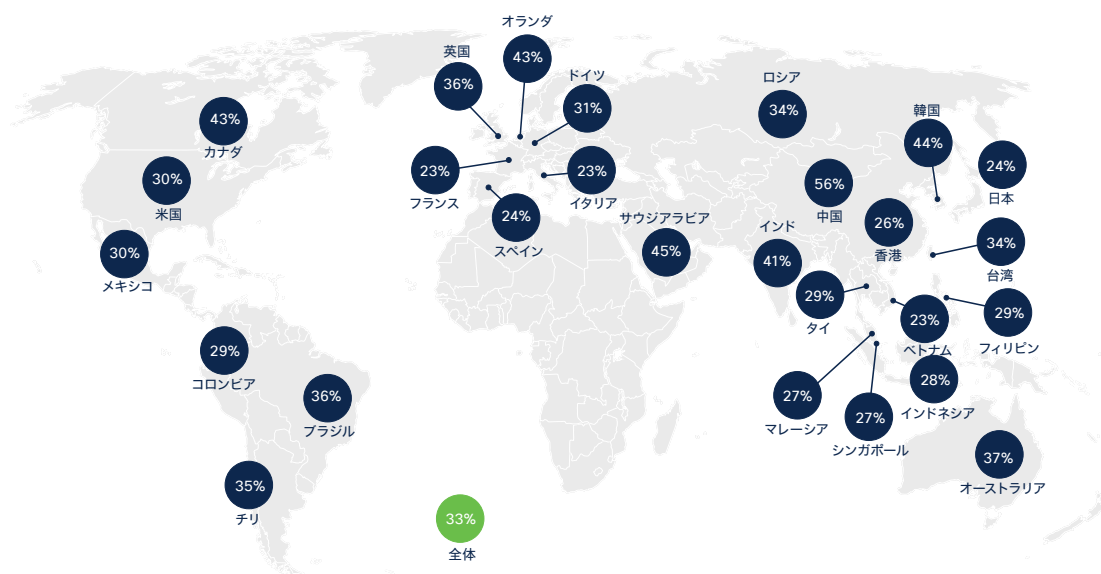
図6：セキュリティ専門家の主要な職責



出典：シスコ 2023 データ プライバシー ベンチマーク調査

このデータから、アクセス権と操作権限のある者がデータを適切に扱うことを保証するには、全従業員がプライバシーに関するスキルを持ち、セキュリティチームが特定の能力を備える必要があると組織が考えていることがわかります。興味深いことに、この割合は世界中でほとんど変わらず、南北アメリカ、アジア太平洋地域 (APJC)、ヨーロッパ・中東・アフリカ (EMEA) の各地域の平均は 32 ~ 33% でした。図 7 に示すとおり、23% を下回る国はなく、中国だけが 50% を超えています。

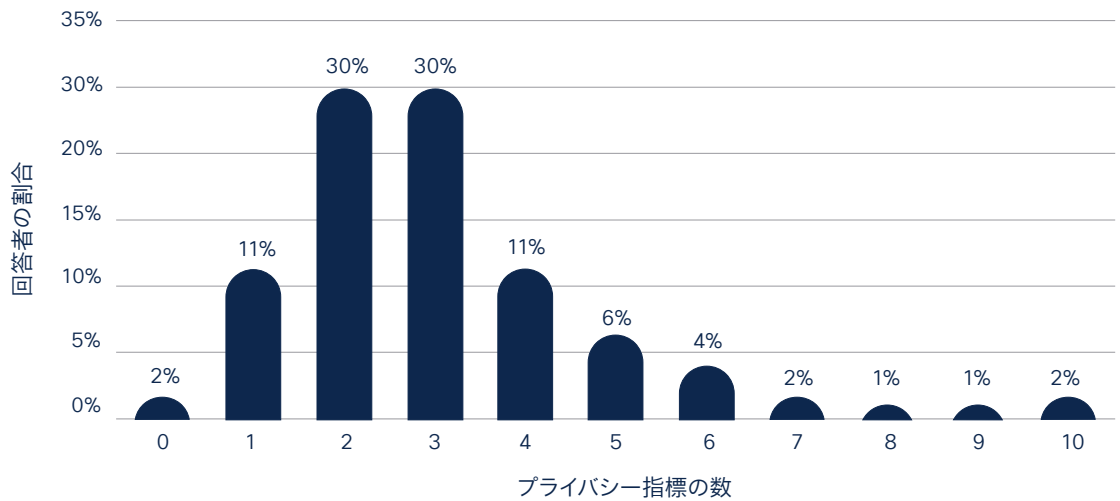
図 7: プライバシーを職責と考えている回答者の割合 (地域別)



出典: シスコ 2023 データ プライバシー ベンチマーク調査

他にも、組織がプライバシーを重視しているかどうかを知る方法があります。プライバシー指標が活用されているかどうか、特に経営陣や取締役会に報告されているかどうかです。今年の調査の対象となった組織のうち、98% が 1 つ以上のプライバシー関連の指標を取締役に報告しており、昨年の 94% から増加しました。以下の図 8 を参照してください。

図 8 : 取締役会に報告されたプライバシー指標の数



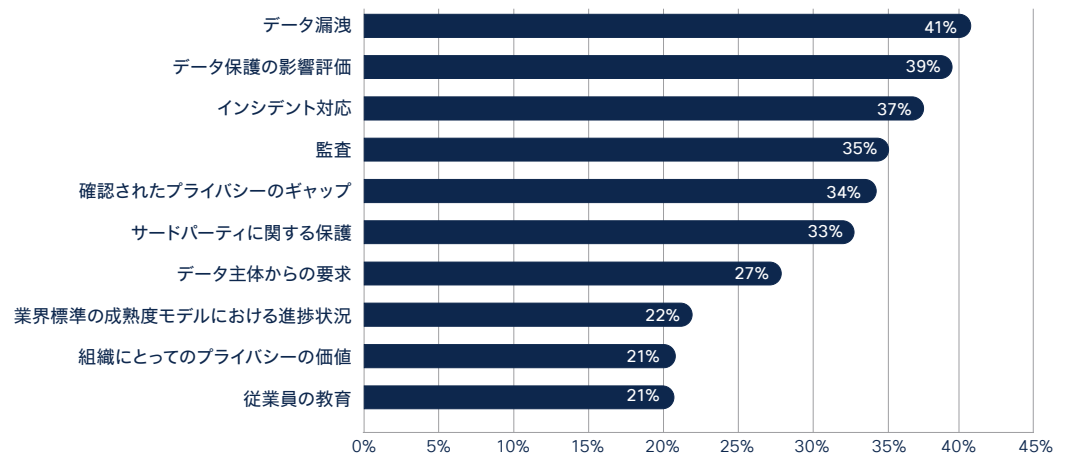
出典 : シスコ 2023 データ プライバシー ベンチマーク調査

**「信頼の獲得と構築という点においては、
コンプライアンスだけでは不十分です」**

Harvey Jang、シスコ バイスプレジデント兼
最高プライバシー責任者

10 個ものプライバシー指標を報告している組織もありますが、平均値は 3.1 個でした(昨年の調査の 2.6 個から 19% 増加)。図 9 に示すとおり、最も多く報告された指標は、データ漏洩 (41%)、データ保護の影響評価 (39%)、インシデント対応 (37%) などです。

図 9:取締役会に報告されたプライバシー指標



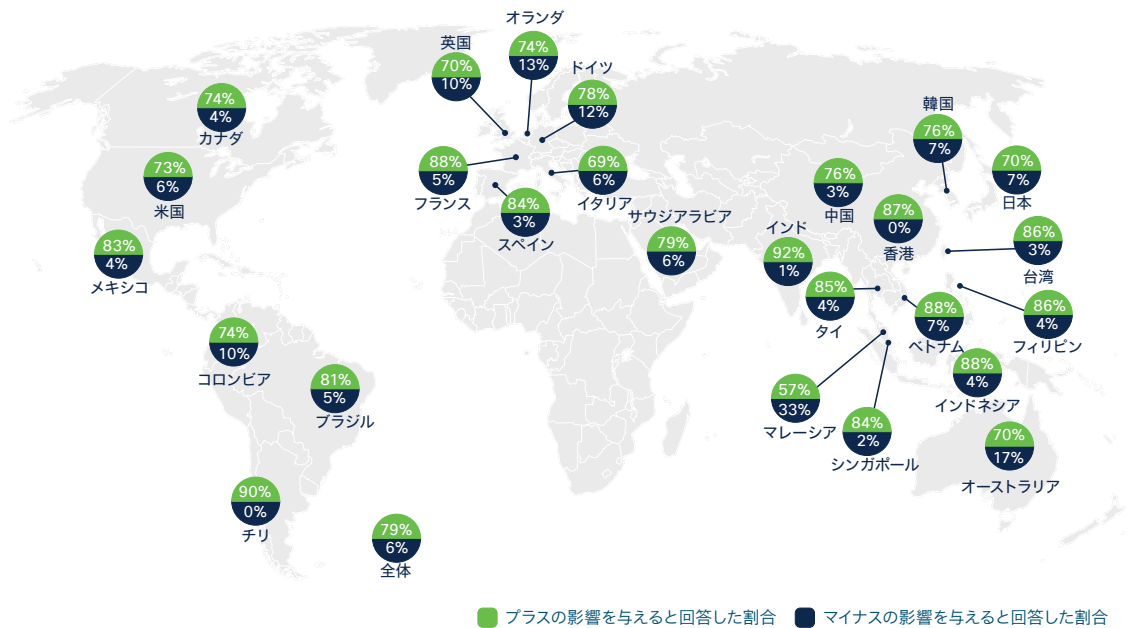
出典：シスコ 2023 データ プライバシー ベンチマーク調査



プライバシー保護法は、引き続き世界で大変肯定的に受け止められています。プライバシーに関する法律は、個人データの管理方法について、政府が組織に確実に責任を負わせる上で重要な役割を果たしており、現在 157 か国（昨年の 145 か国から増加）でプライバシー保護法が施行されています³。

これらの法律を遵守するには、多くの場合、多大な労力とコスト（データのカタログ化、処理作業の記録の保持、プライバシーを織り込んだ設計やユーザー要求への対応といった管理策の実施など）が必要ですが、組織はプラスの影響が得られることを理解しています。プライバシー保護法がプラスの影響を及ぼしていると回答した企業は全回答者の 79% に上り、どちらとも言えないとの回答が 14%、マイナスの影響を及ぼしていると回答したのは 6% のみです。肯定的な割合は地域間でほとんど差がなく、南北アメリカで 77%、EMEA で 79%、APJC で 81% でした。国別で見ると、肯定的な割合（平均）が最も高かったのはインド（92%）、チリ（90%）、フランス、インドネシア、ベトナム（いずれも 88%）でした。図 10 を参照してください。

図 10：世界のプライバシー保護法への反応



出典：シスコ 2023 データ プライバシー ベンチマーク調査

³ 出典：Privacy Laws & Business 2022. <https://www.privacylaws.com/reports-gateway/articles/int176/int176newdplaws/>

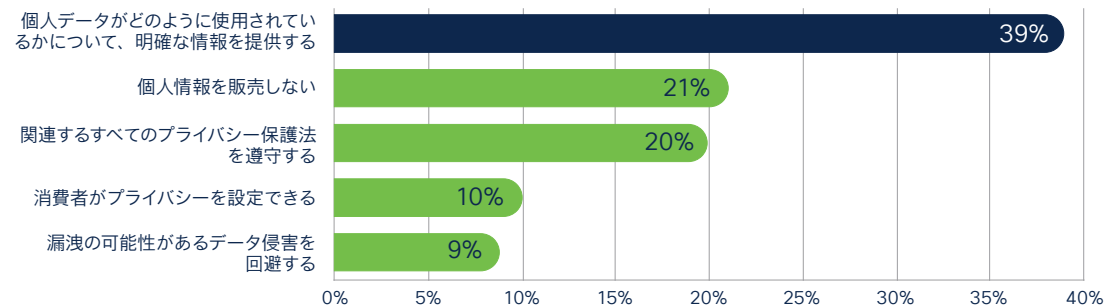
3：データと信頼に対する見解が組織と消費者で食い違っている

顧客は、個人に合わせてカスタマイズされたエクスペリエンスとともに商品やサービスを手入手するためであれば、個人データを組織と共有することに前向きです。顧客が期待しているのは、組織が実践していることについて透明性が確保されること、また、個人データが適切に扱われることであり、これは、信頼を獲得し構築する上で重要な側面です。シスコ 2022 コンシューマプライバシー調査で示されているように、消費者の 76% は、データの扱いについて信頼できない組織からは購入しないと回答し、81% は、データの扱い方で組織が顧客をどのように見ているか、また尊重しているかがわかると回答しました。

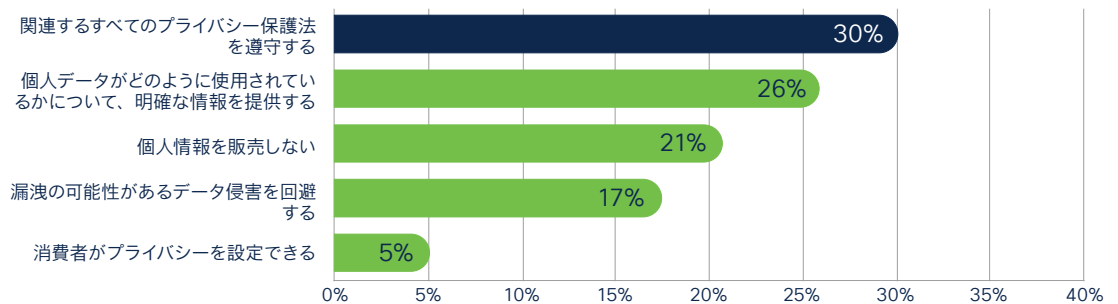
今年のデータ プライバシー ベンチマーク調査に回答した組織のうち、データを適切に扱う倫理的義務があると答えたのは 96% で、昨年の調査の 92% から増加しています。しかし、組織の優先事項が、消費者が挙げた優先事項と完全に一致しているわけではありません。透明性、即ち、個人データがどのように使用されているかについて、簡単にアクセスできる明確な情報を提供することが、消費者調査の回答者にとっての最優先事項 (39%) でした。個人情報販売しないことやプライバシー保護法の遵守を選択した回答者と比較して、約 2 倍の回答者が透明性を最優先事項として選択しています。一方、組織を対象とした今年の調査では、回答者はコンプライアンスが顧客との信頼構築に最も重要な優先事項であると考えており (30%)、透明性 (26%) がそれに続いています。確かに、組織はプライバシー保護法を遵守する必要がありますが、信頼の獲得と構築という点においては、コンプライアンスだけでは不十分です。消費者は、コンプライアンスは「当然のこと」であり、透明性の方が差別化要因になると考えています。図 11 を参照してください。

図 11：消費者との信頼構築のための優先事項

消費者の見解



組織の見解

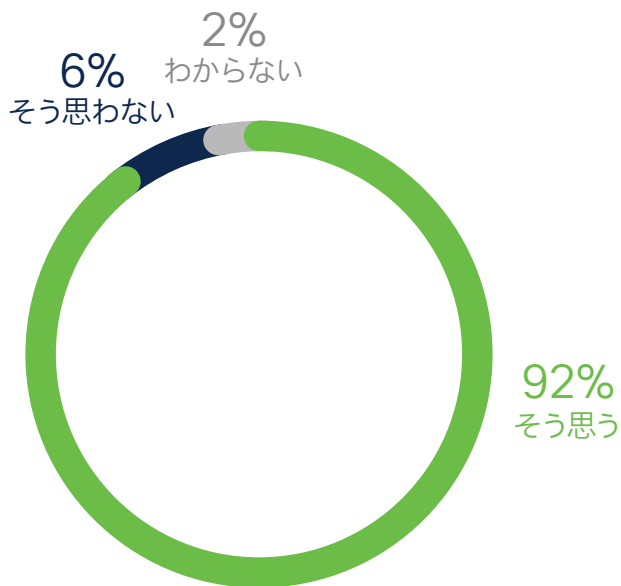


出典：シスコ 2023 データ プライバシー ベンチマーク調査

この食い違いは、人工知能 (AI) の使用に関しても見られます。消費者はおおむね AI を支持しており、より良い AI ソリューションを構築するのに役立つのであれば、匿名化されたデータを共有することに前向きな消費者もいますが、自動化された意思決定は依然として懸念される分野です。消費者がローンの審査や就職の面接を受けるときなど、自分に直接影響を及ぼす可能性のあるアルゴリズムや自動化された意思決定について理解するのは難しい場合があります。調査対象となった組織の 96% は、顧客が期待する責任ある倫理基準を満たすためのプロセスがすでに整備されていると考えており、昨年の 87% から増加しています。しかし、大多数の消費者はそのように認識していません。

シスコ 2022 コンシューマプライバシー調査で報告されているように、消費者の 60% は、組織が現在 AI を適用および使用している方法について懸念を抱いており、65% は、AI の適用と使用に関して組織への信頼をすでに失っています。幸いなことに、組織は十分に取り組んでいないというメッセージを受け取り始めているかもしれません。自社のソリューションに AI を適用して使用することについて、データが意図どおり正当な目的だけに使用されていると顧客に納得してもらうために、もっと努力する必要があると回答した組織は 92% に上っています。図 12 を参照してください。

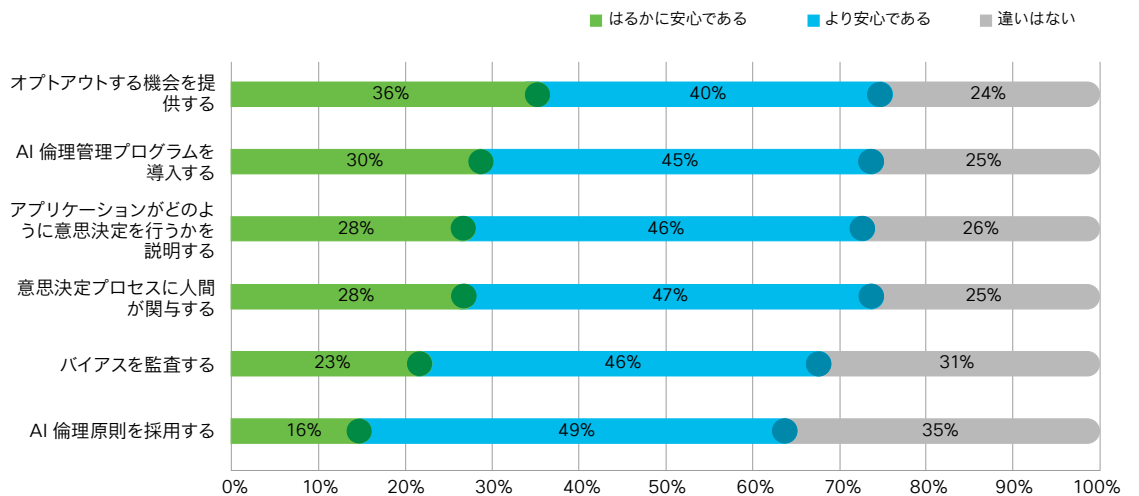
図 12 : データが正当な目的だけに使用されていると顧客に納得してもらうために、もっと努力する必要があると回答した組織の割合



出典 : シスコ 2023 データ プライバシー ベンチマーク調査

組織は何ができるのか？消費者をもっと安心させる最高のアプローチは、AI が適用または使用されるソリューションからオプトアウトする機会を提供することであり、消費者調査の回答者の 36% がこれを挙げています。図 13 を参照してください。

図 13：消費者が AI をより安心して利用できるようにするためのアプローチ（消費者の見解）



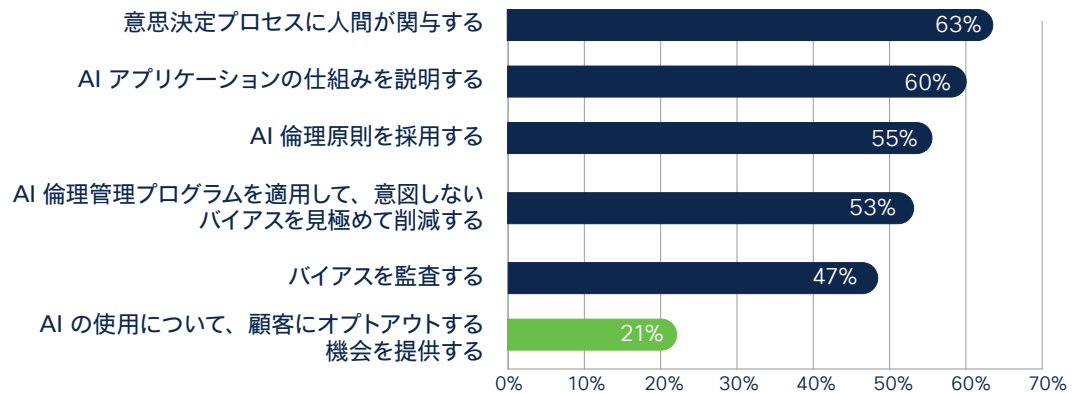
出典：シスコ 2023 データ プライバシー ベンチマーク調査



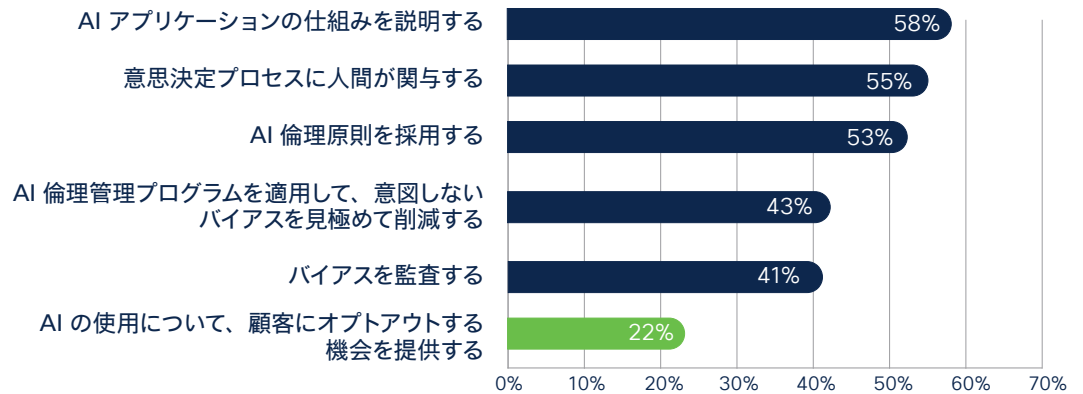
では、組織は実際にどのような措置を講じているのでしょうか？また、どのようなアプローチが最も顧客を安心させると考えているのでしょうか？これらの質問のいずれでも、「オプトアウトする機会を提供する」は6つの選択肢の中で最も少ない回答でした。組織の63%は意思決定プロセスに人間が関与するようにしており、60%は透明性を高めています。また、55%は業務にAI倫理原則を採用しています。しかし、顧客にオプトアウトする機会を提供していると回答したのは21%のみでした。組織が最も効果的だと考えているアプローチについても、これとよく似た回答になっています。図14に示すとおり、「顧客にオプトアウトする機会を提供する」を選択した回答者は22%のみでしたが、他の選択肢はすべて41%から58%の回答者が選択しています。

図 14：消費者が AI をより安心して利用できるようにするためのアプローチ（組織の見解）

組織が講じている措置



組織が最も効果的だと考えているアプローチ



出典：シスコ 2023 データ プライバシー ベンチマーク調査

4:データローカリゼーションが望ましいが、ローカルプロバイダーよりグローバルプロバイダーの方が安全だと考えられている

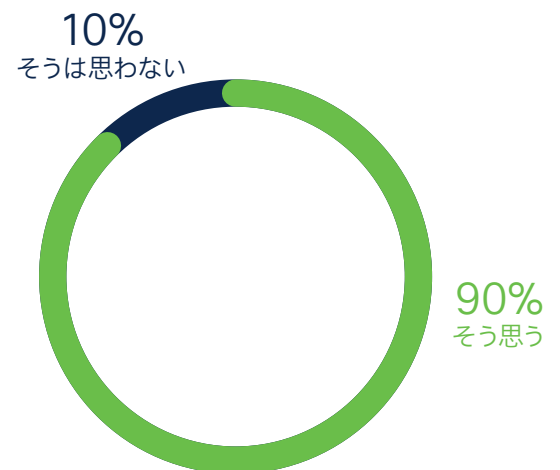
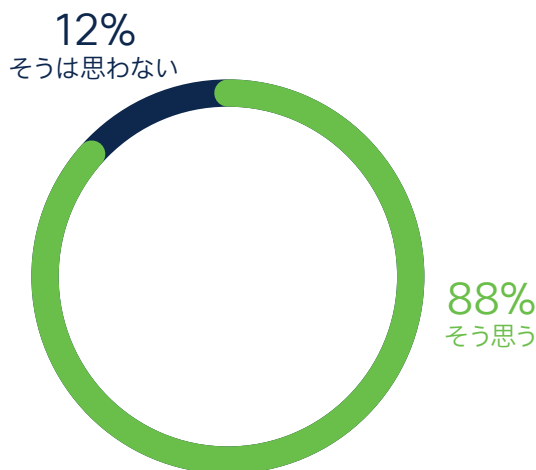
多くの政府や組織はデータローカリゼーション要件を導入しており、自国内あるいは地域内にデータを保存することを義務づけています。多くの人にとって、この要件は初めは良いアイデアのように思えるかもしれませんが。しかし、コスト、セキュリティ、プライバシーなどのトレードオフを考慮すると、この見方は成り立たないことがシスコの調査結果からうかがえます。シスコ 2022 コンシューマプライバシー調査を例にとると、当初は消費者の 78% が、データローカリゼーションは良いアイデアだと考えていました。ところが、商品やサービスの追加コストを含めると、支持率が 41% に低下しています。今年の調査では、89% の組織が、データローカリゼーションは事業運営にかかる追加コストが大きいと回答しています。

今回の調査の結果、回答者の大多数 (88%) が、自国内あるいは地域内にのみデータが保存されていれば本質的に安全であると考えていることがわかりました。注目に値するのは、これよりも多くの回答者 (90%) が、大規模に事業を展開するグローバルプロバイダーの方が、ローカルプロバイダーよりもデータを適切に保護できると答えている点です。この 2 つの回答から見て、組織はデータをローカルに保持することを理想としながらも、ローカルプロバイダーよりグローバルプロバイダーの方を好み、信頼しているようです。もちろん、理想的なソリューションは両方を得ること、つまり、グローバルプロバイダーがローカルに設定しているローカルインスタンスでデータを保持することです。以下の図 15 を参照してください。

図 15 : データローカリゼーション

自国内あるいは地域内にデータを保存できれば本質的に安全である

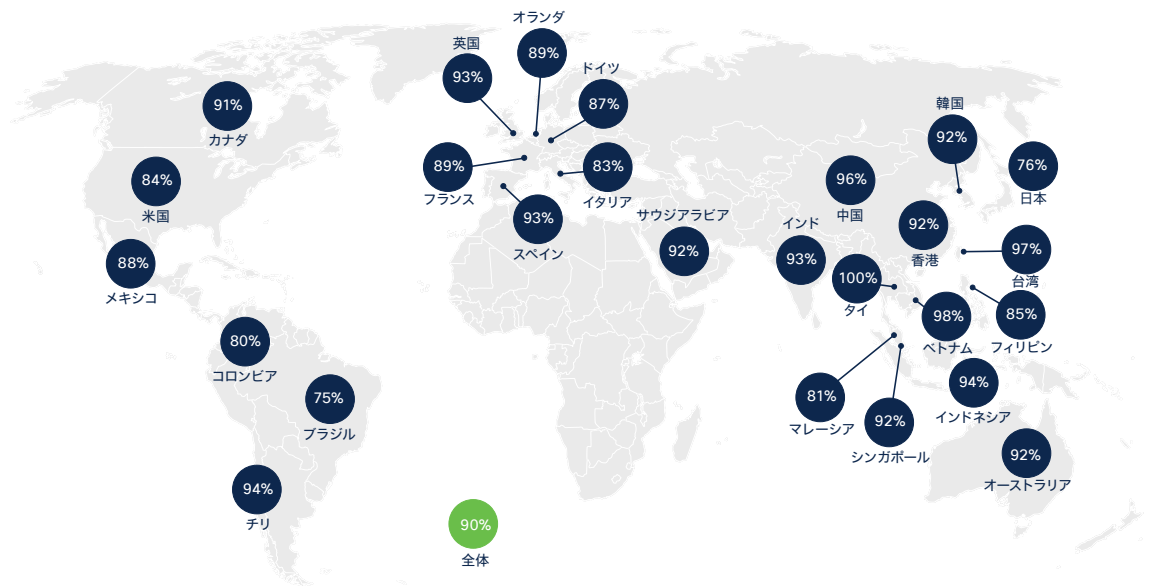
グローバルプロバイダーの方が、ローカルプロバイダーよりもデータを適切に保護できる



出典 : シスコ 2023 データ プライバシー ベンチマーク調査

データローカリゼーションは、往々にして国の法律や姿勢によって左右されますが、異なる地域の回答者間で実質的な違いはありませんでした。「グローバルプロバイダーの方が、ローカルプロバイダーよりもデータを適切に保護できる」と答えた回答者の割合は、全 26 地域で 75% から 100% でした。図 16 を参照してください。

図 16 : グローバルプロバイダーの方が、ローカルプロバイダーよりもデータを適切に保護できると答えた回答者の割合



出典 : シスコ 2023 データ プライバシー ベンチマーク調査

まとめと推奨事項

今回の調査で、組織におけるプライバシーの重要性と、プライバシーへの投資による経済的価値の増大が浮き彫りになりました。プライバシーが組織の優先事項とプロセスにさらに組み入れられるようになって、透明性および AI 主導の意思決定に個人情報を使用することについて、組織が今以上に消費者の期待に応えることが重要になります。そうすることで、プライバシーに対する組織の姿勢を改め、信頼性を示し、プライバシーへの投資によるメリットを最大化しやすくなります。今回の調査結果から、具体的な推奨事項として以下のことが挙げられます。

1. プライバシーへの投資を継続する。また、組織全体、特にセキュリティと IT のプロフェッショナル、および個人データの処理と保護に直接関わる担当者のプライバシーに関する能力開発を継続する。
2. 組織が提供しているソリューションやサービスで個人データがどのように使用されているかについて、顧客への透明性を高める（組織は法律を遵守する必要がありますが、コンプライアンスだけでは十分でなく、信頼の鍵を握っているのは透明性です）。
3. ソリューションで AI を使用する場合は、AI 倫理原則を念頭に置いて設計し、顧客を安心させるために好ましい管理オプションを提供する。また、自動化された意思決定に関する透明性を高め、決定が人に影響を与える場合はプロセスに人間が関与するようにする。
4. データローカリゼーションのコストと影響を考慮し、ローカルプロバイダーは、大規模に事業を展開するグローバルプロバイダーよりもコストが高く、データの機能性、プライバシー、およびセキュリティを低下させる可能性があることを認識する。

お客様の信頼基準に応える

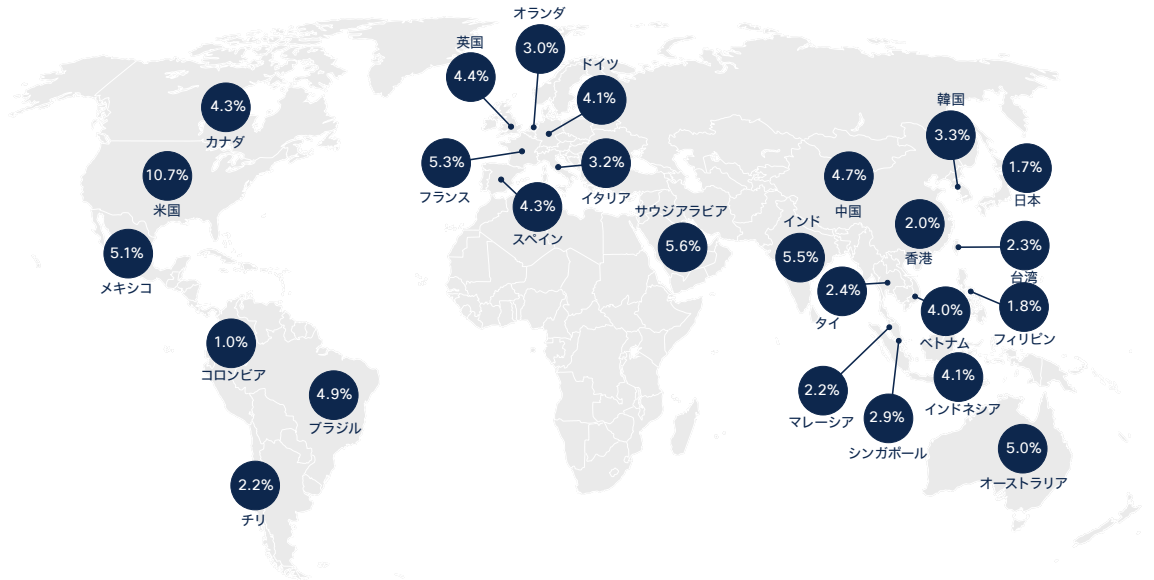
セキュリティとプライバシーは組織が顧客の信頼を獲得し構築するために常に必要とされてきましたが、今日のビジネス環境ではミッションクリティカルなものになっています。お客様が信頼基準を設定する中、シスコはお客様のニーズに耳を傾け、学び、進化し続けています。シスコが他と違うのは、セキュリティとプライバシーに対する総合的なアプローチを採用し、信頼性、透明性、説明責任を優先している点です。

シスコの業務、ポリシー、プロセス、およびシスコが提供するソリューションにおいて、どのようにこれらの推奨事項を優先しているかをご覧ください。

- [Cisco Trust Center](https://www.cisco.com/c/ja_jp/about/trust-center.html) : https://www.cisco.com/c/ja_jp/about/trust-center.html
- [Cisco 2022 パーパスレポート \[英語 \]](http://cs.co/9008MhQMp) : <http://cs.co/9008MhQMp>
- [Cisco ESG レポートハブ - 誠実性と信頼性](https://www.cisco.com/c/m/ja_jp/about/csr/esg-hub/trust.html) : https://www.cisco.com/c/m/ja_jp/about/csr/esg-hub/trust.html

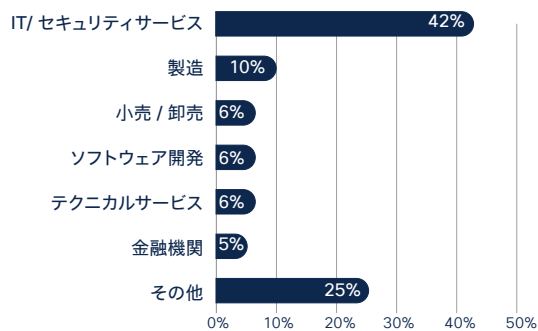
シスコは、今後もこれらの傾向と課題に注目し、調査結果を共有していきます。シスコのプライバシー調査に関する詳細については、シスコのプライバシーリサーチ & エコノミクス担当ディレクター Robert Waitman (rwaitman@cisco.com) までお問い合わせください。

付録 A: 回答者の地域別割合

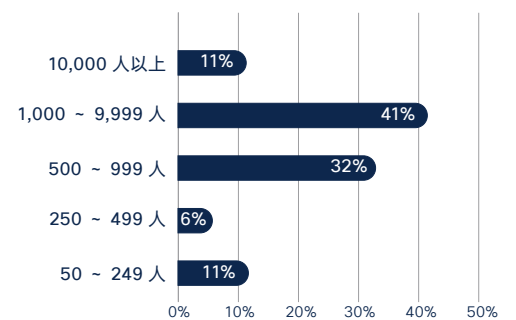


付録 B: 回答者の業界別 / 規模別割合

業界別



企業規模別 (従業員数)



出典: シスコ 2023 データ プライバシー ベンチマーク調査

サイバーセキュリティ レポート シリーズについて

シスコは過去 10 年間にわたり、全世界のサイバーセキュリティの状態に関心を持つセキュリティ プロフェッショナルを対象とした、セキュリティと脅威インテリジェンスに関する多くの情報を公開してきました。これらの包括的なレポートでは、脅威の状況や組織に対する影響を詳しく解説するとともに、データ漏洩がもたらす悪影響から組織を守るためのベストプラクティスを紹介してきました。

シスコのソートリーダーシップに対する新しいアプローチの中で、シスコセキュリティは一連の調査とそのデータに基づく出版物を発行しています。シリーズの分野は徐々に増え、業界や担当が異なるセキュリティ プロフェッショナルに向けた幅広いレポートが登場してきました。シスコは、セキュリティ業界の脅威研究者やイノベータの幅広い高度な専門知識を集約したレポートを毎年発行しています。その中には、[セキュリティ成果レポート](#)、[脅威に関するレポートとブログ](#)、[データ プライバシー ベンチマーク調査](#)、[コンシューマプライバシー調査](#)などがあり、他にも、年間を通して発行しているレポートがあります。

